

Stichwortverzeichnis

Numerisch

37signals 72

A

Abstrakte Objekte 53

ACD 44

Activity-Centered Design 44

AdaptiveBlue 112

Adaptives System

Feedback 169

Aggregierende Anzeigen 163

Ajax 205

Ajax-Widget 170

Aktivität 46

Alexa 36

Alistapart.com 133

Amango 95

Amazon 20, 74, 156, 157, 162

Amazon-Effekt 19, 20

das Besondere 22

soziale Funktionen 57

Wunschzettel 53

Andreessen, Marc 204

Anfangsaktion 158

Anwender

Freunde finden 104

mögliche Rollen 89

richtig motivieren 122

Anwenderbasis 76

Anwendungslebenszyklus 14

Anwendungszyklus 14

Anzeige von Inhalten 163

Anzeigen 30

AOF-Methode 43

Apple 94

asmallworld.com 159

Atomiq blog 172

Attention Economy 31

Aufgabe 46

Aufmerksamkeit

wachhalten 78

Aufmerksamkeits-Hürde 15

Aufmerksamkeitsökonomie 30, 31

Auktionen 35

Bedeutung der Reputation 137

Authentische Kommunikation 66

als zentrales Marketinginstrument 69

Vorteile 67

Authentizität 70

Autorität III, III2

Axelrod, Robert 141

B

Backpack 113

Basecamp 106

BBS 32

Begeisterung (Phase) 17

Begeisterungshürde 17

begraben (Digg) 169

Benkler, Yochai 23

Benutzerkonten 125

Benutzerschnittstelle 27

Berkowitz, Lawrence III

Berners-Lee, Tim 19, 32, 178

Besitztumseffekt 146, 149

Bewertungsprofile 138

Beyer, Hugh 49

Bias 31

Blogs 39

Bookmark

Tags 162

Boyd, Danah 32

Buchheit, Paul 78

Bulletin-Board-System 32

Burnham, Brad 68

bury (Digg) 169

C

Caveat Venditor 85
 Cederholm, Dan 75
 Champ, Heather 73
 Christensen, Ward 32
 Chronologische Auflistung 165
 Cialdini, Robert 103, 114
 Clickthrough 206
 Comment wall 130
 Community-Building 73
 und Zielgruppe 74
 Community-Manager 71
 Aufgaben 72
 Corkd 75
 Costello, Eric 54
 Craig 71
 Craigslist 35, 69, 74

D

Dauerbenutzung (Phase) 17
 de Saint-Exupery, Antoine 87
 Del.icio.us 44, 69, 158, 162
 Dell Hell 62
 mögliche Alternative 64
 Wie es weiterging ... 84
 Design
 Kernfunktionen 55
 Design-Probleme 41
 Design-Projekt 41
 Digg 36, 157
 Feedback-System 169
 digg it-Button 169
 digg.com 153
 diggen 169
 Diggs 153, 169
 Digg-System 153
 Dodds, Peter 166
 Dreamhost-Debakel 78

E

eBay 35, 138, 156
 Bewertungsprofile 138
 efficacy 140
 Egozentrische Software 35
 Eigentümerschaft (Motiv) 124, 146
 Einkaufsverhalten 49
 Einkaufswagen 57
 Einladungen (Sharing-Methode) 191
 Einweg-Kommunikation 33
 Einzigartigkeit (Motiv) 123, 131

Elevator Pitch 90
 E-Mail 32
 als Sharing-Funktion 183
 Empfangsseite 203
 Endowment-Effekt 146, 149
 Engelskreis 174
 Engeström, Jyri 52, 55
 Entfremdung 63
 vom Anwender 63
 Entschuldigungen 82
 Erfolgsgeschichten 109
 Erstbenutzung (Phase) 16
 Ethnografie 50
 Etsy 45
 Explizites Feedback 169
 Explizites Sharing 175

F

Facebook 32, 36, 53, 74, 104
 News Feed 142
 Faktensucher 90
 Fallstudien 109
 Nutzen 110
 Favoriten 57
 Feature-Creep 41, 153
 vermeiden 59
 Feed-Abonnenten 206
 Feedback 169
 bei Digg 169
 explizites 169
 implizites 169
 negatives 169
 positives 169
 Feedback Scores 138
 bei eBay 138
 Filmbeurteilungen 36
 Flickr 35, 45, 69, 74, 147
 Foto-URLs 54
 Formularentwurf 184
 Fotos veröffentlichen 35
 Foto-URLs 54
 Freshbooks 193
 Frustration
 mit Unternehmen 62
 Funktionen
 Feature-Creep vermeiden 59
 mit Verben beschreiben 56
 Nachahmung 60
 Funnel-Analyse 193

G

German Social Networks 37
 Geschichten veröffentlichen 36
 GigaOm 182
 Gladwell, Malcolm 173
 Gleichung von Kurt Lewin 25
 Gmail 78
 Godin, Seth 112, 113
 Google 156, 157
 Google Maps 115
 Google Search 36, 162
 Goplan 114, 166
 Granularität
 eines Trichters 198
 Grundlinie
 Fehler 201
 für einen Trichter 196
 Gruppenbindung (Motiv) 124
 Gruppeninteraktion 35
 GUI 27

H

Handlungsaufforderungen 179
 Wie viele? 183
 Wo platzieren? 180
 Hauptaktivität 45
 identifizieren 46
 Hauseigene Metriken 203
 HCD 45
 Hebelpunkte 170, 172
 Herdentrieb 103
 Holtzblatt, Karen 49
 Human-Centered Design 45
 Hürden
 des Lebenszyklus 15

I

IBM 185
 Identität
 Online-Identität 124
 Profile 127
 Identität (Motiv) 123
 Identitätsmanagement 124
 IMDb 36
 Implizites Feedback 169
 Implizites Sharing 175
 Informationsüberfluss 29
 Informationszeitalter 29

Informelles Social Network 29
 Inhalte anzeigen 162
 Intelligenz
 kollektive 156
 Interaktivität 13
 Interesse
 steigern 67
 Interesse (Phase) 16
 Interface 27
 Interface Design 14
 Internet
 Nutzung 39
 InternetWorldStats 39
 Interview 48
 iPhone 94
 I-Rule-Effekt 46
 iTunes 60

J

Jaiku 52
 Jarvis, Jeff 61
 Jobs, Steve 60
 Journalisten-Technik 91

K

Karim, Jawed 37
 Kernfunktionen 43, 55
 Kiva 36
 Kleinanzeigen veröffentlichen 35
 Kollaboratives Filtern 166
 Kollektionen
 von Objekten 57
 Kollektive Intelligenz 156
 Kollock, Peter 121
 Kommunikation
 authentische 66
 Einweg-Kommunikation 33
 Mehrweg-Kommunikation 34
 proaktive 70
 Zweiweg-Kommunikation 33
 Komplexes System 155
 Konnektoren 173
 Kontextforschung 48
 Kontoeröffnung 116
 Kontrolle (Motiv) 123, 142
 Kritik
 als Gelegenheit behandeln 84
 Krug, Steve 92

Kundendienst 68
 Bedeutung 72
 Entschuldigungen 82
 Kritik als Gelegenheit 84
 Neues Marketing 68
Kundenrezensionen 20, 59

L

Landeseite 203
Landing Page 203
Lebenszyklus
 Hürden 15
 Phasen 15
 Social-Web-Anwendung 15
Lecks
 in einem Trichter 197
Leistungsfreude (Motiv) 123, 140
Lewin, Kurt 25
LibraryThing 36
Lifehacker 176
Lifestream 130
LinkedIn 127

M

Martin, Stacy 64
McDerment, Mike 193, 196
Meadows, Donella 172
Mehrweg-Kommunikation 34
MeinProf 36
MeinVZ 37
Menchaca, Linonel 85
Mensch
 als soziales Wesen 24
Metriken
 Aussagekraft 204
 für einen Trichter 196
 gebräuchliche 205
 hauseigene 203
 Pageviews 204
 soziale 206
Milgram, Stanley 112
Motivation 122
Motive
 Übersicht 123
Motive der Anwender 123
Motortopia 147
MSNBC 187
Mundpropaganda 173
MusicLab 167
MySpace 32, 35, 146

N

Nachahmung von Funktionen 60
Nachahmungstrieb 103
Navigation
 und Trichteranalyse 202
Neeleman, David 82
Negatives Feedback 169
 richtig reagieren 78
Netflix 131, 156, 157
Netvibes 116
Neues Marketing 68
New York Times 179, 181, 190
Newmark 71
News Feed 142
Newsgroup 32
Nike+ 36
Ning 204
Norman, Don 44
Notifications 130

O

Objekte
 abstrakte 53
 Kollektionen von Objekten 57
 Sharing-Objekt 177
 soziale 52
Ökonomischer Wandel 23
Online Community 32
Online-Gemeinschaft 32
Online-Identität 124

P

Pagerank 206
Pageviews 204
 Ajax 205
 RSS 205
Paradoxon der Wahl 29
Partnerprogramme (Sharing-Methode) 191
PatientsLikeMe 36, 127
Pflichtfeld 186
Phasen
 des Lebenszyklus 15
Plaxo 64
Positives Feedback 169
Powazek, Derek 158
Priorisierungsschema 42
Proaktive Kommunikation 70
Profile 127
 Problem der Alterung 130
 Profilseiten 126

Progressives Engagement 119
 PublicSquare 166
 Publishing2.com 182

R

RateMyProfessors 36
 Raymond, Eric 76
 Referenzen 106
 Referenzen (Sharing-Methode) 192
 Registrierungen 206
 Registrierungshürde 16
 Remember the Milk 53
 Reputation
 bei Auktionen 137
 und Zusammenarbeit 137
 Reputation (Motiv) 123, 135
 Reputationsfunktionen 136
 Reziprozität 114
 bei Yelp 134
 Reziprozität (Motiv) 123, 134
 Rheingold, Howard 28
 Rollen 89
 Rose, Kevin 154
 RSS 205

S

Salganik, Matthew 166
 Schachter, Joshua 44
 Schatten-Anwendung 196
 Schneier, Bruce 145
 SchülerVZ 37
 Schwartz, Barry 29
 Schwarzes Brett 32
 Searls, Doc 63
 Seitengruppen 203
 Selbstbeobachtung 48
 Sense of Efficacy 123
 Sermo 36
 Shadow-Anwendung 196
 Sharer 173
 Sharing 173, 174
 als Aktivität 177
 Arten 175
 Ergebnisse auswerten 190
 explizites 175
 implizites 175
 mehrfaches 187
 Methoden 191
 persönliche Ansprache 189

Timing 182
 Sharing-Formulare 184
 schlechtes Design 185
 Sharing-Funktionen 176
 Sharing-Nachricht 187
 Sharing-Objekte 177
 Sharing-Optionen 183
 Übertreibung 183
 Sharing-Prozess 187
 Empfänger-Aktion 190
 fünf Stufen 177
 Shirky, Clay 126
 Sierra, Kathy 46, 152
 Sign-up-Framework 90
 Anforderungen 90
 Sign-up-Funktionen
 entwerfen 91
 Wann? 114
 Warum? 101
 Was? 92
 Wer? 102
 Wie? 94
 Wo? 115
 Sign-up-Hindernisse 116
 Sign-up-Hürde 88
 Simon, Herbert 31
 Slideshare.net 177
 Smith, Gene 172
 Social Design 24, 52
 Definition 24
 Social Impact Games 150
 Social Network Fade 130
 Social Networking 52
 Social Networks
 deutsche 37
 informelle 29
 Social News Site 153
 Social Proof 103
 Social Software 24
 Anwender einbeziehen 76
 E-Mail 32
 Fehler schneller erkennen 77
 früh und oft veröffentlichen 76
 für sich selbst erstellen 75
 Herausforderung 28
 Interesse wachhalten 77
 mobile Anwendungen 115
 schneller lernen 77
 Wie entwickeln? 74

Social Web 24
Social Web Design 13
Social Websites
 Verhaltensmuster 157
Social-Web-Anwendung
 Lebenszyklus 15
Software, egozentrische 35
Sozial (als Begriff) 25
Soziale Bewährtheit 103
Soziale Funktionen 57
Soziale Metriken 206
Soziale Objekte 52
 Beispiele 53
 URL 54
Soziale Trichter 199
Soziale Umwelt 27
Sozialer Einfluss 166
Soziales Verhalten 26
Spam 184
Spaß (Motiv) 124, 150
Spaßfaktor 150
Spickmich 37
Status 130
StudiVZ 37
studiVZ 36
Support
 als Teil des Produkts 63
Sustainability Institute 153, 172
System
 komplexes 155

T

Tag 162
Tagging 44
Tags 44
Techies 101
Techmeme 162
Technorati 39
Teilnehmer-Ranking 166
Testdauer
 bei einem Trichter 198
The Consumerist 85
Touchscreen des iPhone 94
Trapani, Gina 176
Trichter
 analysieren 195
 anpassen 194
 Granularität 198

Grundlinie definieren 196
Lecks entdecken 197
Metriken auswählen 196
segmentieren 203
Testdauer 198

Trichteranalyse 193
 mögliche Probleme 201
 Navigation 202
 Qualität verbessern 203
 Stichprobengröße 202
Trichtermodell 193
TriplT 96, 116
Twitter 151

U

UIE 184
Unkenntnis (Phase) 15
Untersuchungsmethoden 48
URL
 für soziale Objekte 54
Usability Test 48
Usage Lifecycle 14
Usenet 32
User Interface Engineering 184

V

Vater der Sozialpsychologie 25
Verben 55
Verhalten
 mit Modellcharakter 148
 soziales 26
Verhaltensmuster 156
 Anfangsaktion 158
 Inhalte anzeigen 162
Verweildauer 205
Verzerrung 31
Vorteile aufzeigen 101
Vorurteil 31

W

Wall Street Journal 119
Watts, Duncan 166
Webanwendungen
 Entfremdung 63
Web-Portale 35
Websites
 Warum genutzt? 123
WELL 32

Werbung 30
 hypothetische Aussagen 113
 mit Autoritäten 111
 mit großen Zahlen 111
Wie erreichen? 70
Wiederbesuchshürde 16
Wikipedia 35, 156, 158
Williams, Evan 206
Wired 181
Wodtke, Christina 64
Wroblewski, Luke 119
Wufoo 101
Wunschzettel 57, 59
Wunschzettel von Amazon 53

X

Xing 37

Y

Yahoo 36
Yahoo Buzz 162
Yelp 134
YouTube 35, 69, 74, 158, 180

Z

Ziel 46
Ziel des Buches 18
Zielgruppe 43
Zielgruppen
 genau definieren 108
 Wie breit? 109
Zuckerberg, Mark 144
Zugangsbarriere 158
Zusammenarbeit
 und Reputation 137
Zweiweg-Kommunikation 33